

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI  
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI KOPI  
KULO (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**

**WULAN SITI ROHIMAH**

**8223163954**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat  
gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJAMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2019**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGHT  
INSTAGRAM ON PURCHASE INTENTION KEDAI KOPI KULO  
(Survey on Students of State University of Jakarta).***

**WULAN SITI ROHIMAH**

**8223163954**



***Research papers was written to fulfill one of the requirements to get the title of  
Diploma at the Faculty of Economics, Jakarta State University.***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

**Wulan Siti Rohimah, 2019; Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Kedai Kopi Kulo (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Shandy Aditya, BIB, MBPS.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Mengetahui gambaran tentang *social media marketing* melalui Instagram dan minat beli pada Kedai Kopi Kulo. 2) Apakah *social media marketing* melalui Instagram mempengaruhi minat beli pada Kedai Kopi Kulo. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang diambil adalah sebanyak 126 responden. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah mengunjungi *social media marketing* Instagram Kedai Kopi Kulo. Metode analisis data menggunakan Analisis statistika deskriptif dan Analisis regresi linear sederhana. Menggunakan aplikasi SPSS Versi 25 untuk mengolah data hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *social media marketing* berpengaruh terhadap minat beli. Hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,508 (50,8%).

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Minat Beli, Kedai Kopi Kulo .

## **ABSTRACT**

**Wulan Siti Rohimah, 2019; *The Influence Of Social Media Marketing On Purchase Intention Kedai Kopi Kulo* (Survey on Students of Jakarta State University). Scientific Work, Jakarta: Marketing Management Study Program, Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta. Advisor: Shandy Aditya, BIB, MBPS.**

*The purpose of this research is to find out: 1) Knowing the description of social media marketing through Instagram and purchase intention in the Kedai Kopi Kulo. 2) Does social media marketing through Instagram affect purchase intention in Kedai Kopi Kulo. Methods of collecting data by distributing questionnaires. The samples taken were 126 respondents. The subjects of this study were students from the State University of Jakarta who had visited Instagram social media marketing at Kedai Kopi Kulo. Data analysis method used descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. Using the SPSS Version 25 application to process research data. The result from this research showed that the social media marketing variable influence the purchase intention. Which is indicated by the determination of coefficient value of 0.508(50,8%).*

*Keywords: Social Media Marketing, Purchase Intention, Kedai Kopi Kulo .*

## LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta

Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus.

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama  
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, M.M.  
NIP. 19620623 199003 2 001

21- Agustus - 2019

Penguji Ahli

Dra. Basrah Saidani, M.Si  
NIP. 19630119 199203 2 001

20- Agustus - 2019

Dosen Pembimbing

Shandy Aditya, BIB., M.PBS  
NIP. 198404082019031003

21- Agustus - 2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 8 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Wulan Siti Rohimah  
NIM. 8223163954

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang sudah melimpahkan hidayah dan rahmat-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Kulo (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta).

Terima kasih kepada orang tua peneliti, karena atas doa serta dukungannya peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Dalam melakukan penelitian ini, Saya sangat sadar sepenuhnya bahwa Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, semangat, serta dukungan dari banyak pihak, baik bersifat moril ataupun materil, maka dari itu kami mengucapkan banyak terima kasih antara lain kepada:

1. Shandy Aditya, BIB, MBPS, selaku dosen pembimbing PKL
2. Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S, M. Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
4. Dosen program studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Rekan-rekan lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu praktikan secara langsung dan tidak langsung.

Peneliti sangat menyadari bahwasanya Karya Ilmiah ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangan. Untuk itu peneliti mengharapkan adanya kritik serta saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dari Karya Ilmiah ini. Akhir kata peneliti berharap, semoga Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi rekan-rekan mahasiswa dan pembaca untuk menambah wawasan.

Jakarta, 24 Juni 2019

Peneliti